

Использование сети Интернет для развития международной экономической интеграции

ФОРМИРОВАНИЕ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» И ЕЕ РОЛЬ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

*А.А. Лебедев,
Ю.А. Савинов*

Совершенствование техники связи и разработка методов пакетной коммутации позволило сделать гигантский скачок в развитии нового сектора экономики - передачи информации (голоса, данных и изображения) на расстояние, привело к возникновению и развитию многочисленных новых услуг связи. Одним из самых значительных среди последних достижений в области связи стало внедрение услуг сети Интернет.¹ Интернет представляет собой стандартизированную, глобальную систему взаимосвязанных компьютерных сетей, которая соединяет миллионы людей. Система использует стандартные правила для представления данных, сигнализации, проверки подлинности и обнаружения ошибок. Она состоит из миллионов частных и государственных, академических, деловых и правительственных сетей, которые используют различные виды кабелей, а также беспроводные соединения и другие технологии. Интернет несет в себе огромный массив информации ресурсов и услуг, прежде всего взаимосвязанные гипертекстовые документы World Wide Web (WWW) и инфраструктуру для поддержки электронной почты, в дополнение к популярной услуге, такой как видео по запросу, интернет-торговля, онлайн-игры, обмен информацией фирм «с одной-ко-многим» или «многие-ко-многим», онлайн-чат, онлайн социальных сетей, онлайн публикацию, передачу файлов, обмен файлами и голоса по интернет-протоколу (VoIP) или телеконференции и другие коммуникации посредством голоса и видео.

УДК 339.923:004.738.5
ББК 65.5
Л - 330

¹ Происхождение Интернета уходят в 1960-е годы, когда Соединенные Штаты финансировали научно-исследовательские проекты своих военных учреждений для создания надежных, отказоустойчивых и распределенных вычислительных сетей. Эти исследование и период гражданского финансирования новых разработок стимулировали во всем мире участие в разработке новых сетевых технологий и в разработке бесчисленных приложений, ставших применяться в практической жизни многих людей.



ХАРАКТЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ МЕЖДУ СТРАНАМИ

Первоначально сеть Интернет рассматривалась как средство для доступа к информационным ресурсам и электронной почты, обеспечения досуга и повышения уровня образования. Однако ныне услуги сетей Интернет широко применяются как в деловой сфере, так и в быту. Сеть Интернет с ее огромными ресурсами и потенциальными возможностями можно рассматривать как уникальный опыт самоорганизации «большой науки», не потребовавшей для этого ни многолетних согласований и проработки перспективных планов, ни межправительственных соглашений и международной государственной поддержки, как было, например, при строительстве уникальных установок для исследований в области термоядерного синтеза, космоса или сил ядерного взаимодействия. Спроектированная на деньги Правительства США как национальная информационная магистраль для содействия фундаментальным исследованиям, сеть Интернет вскоре, подчиняясь закону интернационализации науки, получила широкое признание ученых практически всех стран мира.²

Появление сетей Интернет создало новые сегменты деловой активности в различных областях деловой активности. Одним из главных следствий ее внедрения и развития в мировой экономике является многократное ускорение заключения и исполнения коммерческих сделок, ведущее к повышению скорости оборота капитала и, соответственно, к повышению эффективности производства. По словам Б. Де Лонга, экономиста из калифорнийского университета Беркли: «Информационные технологии и Интернет усиливают мощь человеческого мозга подобно тому, как технологии промышленной революции усилили мощь его мышц».³

Еще одной характеристикой стала возможность комплексной реорганизации деловой сферы и производства, развитие новых методов управления и широкой децентрализации. Облегчая доступ к информации, современные информационные технологии тем самым позволяют рынкам работать более эффективно, снижая при этом сопутствующие издержки и, позволяя более рационально распределять имеющиеся ресурсы. Исследования, влияние Интернета на рост производительности в США, проведенное Брукингским Институтом, показало, что в течение ближайших пяти лет рост производительности труда за счет использования Интернет-технологий может составить до 0,2-0,4% в год.⁴

² Онищенко И. «Интернет» в современной экономике/ И. Онищенко // Мировая экономика и международные отношения - 1997. - № 9 - с. 136.

³ Knowledge is Power. Does New Economy Need New Antimonopoly Policy? // Economist – 2000 September 22.

⁴ См. Reavley E. The Use on the Network on Progress/ Reavley E., LeetanR. // Economist 2001 - May 14.

Интернет становится важным фактором экономической интеграции рыночных субъектов. Расстояний для осуществления торговых сделок через Интернет практически не существует. При использовании компьютера и Интернета создается психологическая иллюзия близости партнера, даже если он находится в Южной Америке или Австралии. Кроме того, действительно пользователь компьютера из Австралии может с легкостью посетить интернетовские отделения магазинов, туристских центров и отелей в США или Норвегии. Соответственно у пользователя компьютеров появляется возможность сэкономить на комиссионных посредникам, а у самих отелей и магазинов – возможность уменьшить расходы на рекламу. Естественно, для того, чтобы продажи в сети Интернет были действительно эффективными, оплата товаров и услуг должна также совершаться по каналам Интернет. Таким образом, появление новых каналов сбыта радикально меняет подходы к организации внешней торговли.

Одним из наиболее важнейших Интернет-приложений является электронная торговля, которая может быть определена как процесс осуществления коммерческих сделок (покупка, продажа или ведение переговоров) с помощью электронных средств через глобальную сеть Интернет и другие электронные сети. Следует отметить, что на протяжении десятков лет многие сделки уже осуществлялись с помощью электронных средств (например, по телефону или факсу). Да и электронные расчетные карточки существуют в мире уже довольно давно. Но с появлением Интернета этот процесс получил дополнительный стимул, а сама сеть превратилась в глобальную среду для ускорения осуществления коммерческих сделок. В компании British Telecom, приобретение товаров и услуг через сеть Интернет сокращает накладные расходы на 90%, и снижает прямые расходы на приобретение этих товаров или услуг на 11%. Фирмы-изготовители начинают напрямую предлагать товар конечным покупателям минуя сети дистрибьюторов и дилеров. Так, компания Dell Computer по сути произвела революцию в области продаж персональных компьютеров, предлагая их напрямую покупателю. Посредники новой эпохи создают наборы интегрированных услуг, системы интеллектуальной поддержки пользователя, новую коммерческую среду, примером которой может служить практически любой успешный веб-сайт для целей электронной торговли в Интернете.

Электронная коммерция позволяет более эффективно управлять цепочками поставок, сокращая число посредников. И, наконец, увеличение количества доступной информации позволяет компаниям сокращать объемы продукции на складах. Так, введенная в фирме Dell Computer система «build-to-order», позволяющая производить товары в соответствии с конкретным заказом потребителя, дала возможность полностью отказаться от складов, и уже стала предметом широкого подражания. По расчетам инвестиционного банка Goldman Sachs, приобретение товаров по системе B2B дает возможность сократить величину расходов от 2% в угольной



промышленности и вплоть до 40% при производстве электронных компонентов. По мнению аналитиков банка, подобное сокращение расходов может привести к увеличению объемов производства в развитых странах в среднем до 5%. Более половины этого увеличения произойдет в ближайшее десятилетие со среднегодовым темпом роста в 25%. К этому необходимо добавить и косвенную экономию, связанную с неизбежной реорганизацией компаний, широко использующих в своей работе Интернет.⁵

Тщательный анализ возможностей работы в сети Интернет позволяет прийти к выводу о видоизменении характера конкуренции продавцов, о приближении ее к условиям свободной конкуренции. Как известно в трудах английского экономиста А.Маршалла были разработаны следующие отличительные характеристики этой теории: большое количество продавцов, стандартизация продукции, отсутствие ограничений для новых конкурентов, а также хорошая информация потребителей и производителей о рынке, свободный перелив труда и капитала, равенство издержек доставки товара к потребителю и т.д.

НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Современный Интернет предоставляет большие возможности для развития прочных межфирменных интеграционных связей.

1. Минимизируются издержки по выходу на мировой рынок. Выставив информацию о возможности продаж товара на веб-сайт, то есть свободную оферту, продавец гарантирован, что эта информация одинаково легко будет принята к размышлению во всех странах мира, где имеются абоненты телекоммуникационной сети, пользователи Интернета. Технические барьеры для оформления предложения минимальны, и поэтому монополия продаж невозможна. Информация становится более доступной, что облегчает ценовую конкуренцию.

2. По мере своего распространения информационные технологии сводят к минимуму значение пространственных барьеров на рынках. Это приводит к поистине принципиальным изменениям. Информационные технологии, до минимума снижая транзакционные издержки и «цену входа» на мировые товарные и финансовые рынки, практически полностью уничтожают препятствия, устраняя тем самым и «зацепки» для всякого хоть сколько-нибудь устойчивого раздела этих рынков.⁶

⁵ Day G.S. Shakeouts in Digital Markets: Lessons from B2B Exchanges./ G.S. Day, A.J.Fein, G. Ruppertsberger. Wharton Business School. 2002. / <http://www.knowledge.wharton.upenn.edu/PDFs/1075.pdf> - November – P.21.

⁶ Практика глобализации: игры и правила новой эпохи. Институт проблем глобализации (ИПРОГ) Под редакцией директора ИПРОГа д.э.н. М.Г. Делягина. - М.: ИНФРА-М 2000, сс. 133-134.

География была всегда определяющим фактором в формировании конкуренции, расстояния определяли, кто состязается с кем. Сегодня компании борются за клиентов по всему миру. В свою очередь, конкурировать приходится гораздо с большим числом соперников, порой расположенных на очень далеких континентах. Возможности для успеха, как и, впрочем, для провала, никогда ранее в истории, не были так велики. В течение последних трех лет, например, компания Amazon.com продала книги почти двум миллионам людей из 160 стран из своего офиса в Сиэтле.

3. Для покупателей увеличение доступной информации получаемой через Интернет и снижение стоимости получаемых через него услуг облегчает доступ потребителей и компаний к информации о товарах и ценах. Это способствует устранению барьеров в торговле и стимулирует развитие экономики многих стран.⁷ Работа в сети Интернет позволяет покупателям найти желаемый товар по самым низким ценам, облегчает создание цепочек поставки, сокращает накладные расходы и облегчает выход на рынок для новых участников.

Технический прогресс в области информационных технологий действительно способствуют усилению конкуренции. Интернет облегчает первоначальный выход фирмы на рынок, а также помогает потребителям эффективнее и быстрее сравнивать цены. Неважно, что пока лишь небольшая часть товаров продается через Сеть. Обычным фирмам будет все труднее взвинчивать цены.

4. Увеличение объемов доступной информации повышает эффективность рынков. Так, например, фермеры теперь могут постоянно отслеживать ситуацию с погодой, ценами и урожайностью в других регионах, а промышленные предприятия могут подстраивать свое производство непосредственно под потребности потребителей, информация о которых поступает к ним в реальном времени.

5. Большую роль играет своевременность действий на рынке, отсутствие инерции. Использование сети Интернет значительно ускоряет выполнение принятых решений в области деловой активности. Становится возможным продвигать новый продукт или услугу буквально «со скоростью света». Никогда ранее маркетинг, основанный на распространении информации от человека к человеку, не имел такого значения. Получив быструю позитивную реакцию рынка на продукт, компания может вложить доходы в дальнейшее развитие, которое становится взрывообразным. Это означает, что в новых условиях тот, кто будет первым, получает преимущества и возможности для доминирования.

Поскольку все большее количество фирм переводят свои деловые процессы в Интернет, данная модель ведения деловых операций становится преобладающей. И в борьбе за покупателя, за привлечение финансовых ресурсов вполне может победить не тот, кто крупнее, у кого больше финансовых возможностей, а тот, кто обладает наибольшим интеллектуальным капиталом. В результате меняется и мо-

⁷ <http://www.e-Commerce.ru> 16.08.2001



дель конкуренции: небольшие фирмы, способные генерировать инновации, смогут на равных конкурировать с огромными корпорациями, поскольку интернет предоставляет мелким и средним фирмам преимущества, ранее доступные только крупным корпорациям. Речь идет о выходе на международный рынок и получении оперативной информации. Теперь можно продать пользующийся спросом товар любым заказчикам в любое время и в любом месте, что значительно расширяет возможности для малых фирм. Наступает время больших возможностей для малых фирм.

Конечно, следует подчеркнуть, что крупные фирмы сохраняют многие преимущества перед малыми и средними в области получения материальных и финансовых ресурсов, достижения эффекта от масштаба производства. Крупные фирмы уже давно используют электронные системы связи для работы с крупными поставщиками и контрагентами. Однако и в этих областях также происходят изменения. Малые фирмы с большим интеллектуальным капиталом имеют возможности побеждать. Об этом свидетельствует опыт компаний Microsoft, Compaq, Intel, начавших бизнес с нуля. Интернет позволяет выполнять многие деловые операции дешевле и проще, и он доступен всем фирмам, независимо от размера.

Большинство предыдущих технологических достижений приводили к росту оптимального размера фирмы через уменьшение предельных издержек и экономию от эффекта масштаба (электричество и газ), а также через уменьшение транспортных расходов (железные дороги). Теперь же Интернет позволяет уменьшить эффект масштаба за счет развития аутсорсинга и снижения постоянных издержек.

ВНЕШНЯЯ ЭКСПАНСИЯ ФИРМ, ВЕДУЩИХ КОММЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНТЕРНЕТЕ

Важным направлением использования сети Интернет для стимулирования экономической интеграции является внешняя экспансия компаний, специализирующихся на Интернет-бизнесе. К таким компаниям относятся компании, торгующие только через Интернет, компании, управляющие электронными аукционами и компании, управляющие поисковыми системами. В первой группе следует отметить деятельность компании Amazon.com. В 2000-2005 гг. компания создала свои филиалы в 6 ведущих индустриально развитых государствах.

Во второй группе отметим деятельность электронного аукциона e-Bay, который создал отделения почти в десяти странах мира. В 2010 г. электронный аукцион e-Bay сообщил о достижении соглашения по покупке за 200 млн долл. немецкого торгового Интернет-клуба Brands4Friends, члены которого могут получать данные о продаже различных товаров из области моды. Это усилит позиции американской компании в Европе.⁸ По условиям сделки американская компания получила зна-

⁸ Ebay покупает за 200 млн долларов немецкий шоппинг-проект Brands4Friends// <http://www.cybersecurity.ru/net/111170.html>// 20.12.2010

чительную долю в пакете дочерней компании Brands4Friends в Великобритании SecretSales.com и в японской Brands4Friends.jp. На долю Brands4Friends приходится около 20% продаж модных товаров через интернет. Американский Интернет-аукцион в конечном итоге надеется получить годовую выручку в этом сегменте около 5,4 млрд долларов. Подобные слияния усиливают интеграцию компаний «новой экономики» США и Германии.

По аналитическим данным американской компании Cisco в ближайшие годы наиболее эффективной является интеграция с компаниями, действующими на наиболее растущих рынках Интернет – бизнеса. При этом среди рынков, которые внесут максимальный вклад в это развитие, отмечены испанский (37%), бразильский (29%), китайский, мексиканский и российский (по 12% каждый). Компания начала давать практические советы по экспансии на рынки развивающихся стран, в том числе в российскую интернет-торговлю.⁹ В некоторых случаях наблюдается интеграция усилий инвесторов. Так, американский инвестфонд Silver Lake, китайский фонд Yunfeng и российский фонд DST Global подписали договор на покупку 5% акций компании Alibaba - одного из крупнейших мировых игроков рынка электронной коммерции. Китайский рынок Интернет-продаж непрерывно растет – по некоторым данным, к 2012 году он обгонит американский с показателями примерно в 218 млрд долл. При этом Alibaba является его основным игроком – в ее руках сосредоточено 63,5% рынка оптовой Интернет-торговли и 85,4% розничных онлайн-продаж.¹⁰

Интеграция интернет-магазинов и традиционных офлайн-точек продаж позволит сделать процесс покупки более приятным для покупателя и повысить продажи, как считает К. Эльбаз, руководитель подразделения клиентских решений и персональных систем американской компании HP. По его словам, потребители уже осознали преимущества многоканальной торговли, но в качестве места покупки по-прежнему чаще всего выбирают обычный магазин. При этом 51% клиентов вначале собирают данные о приобретаемом товаре в Сети, а уже потом делают покупку. Особенно важна технологическая оснащенность торгового зала: покупатели предпочитают использовать терминалы с сенсорными экранами для просмотра электронного каталога.¹¹

Недавно проведенное компанией HP исследование показало, что примерно половина крупнейших европейских ритейлеров интегрируют более трех каналов для

⁹ Cisco направила иностранных ритейлеров на российский рынок // <http://www.oborot.ru/news/10169/23>

¹⁰ Собрались однажды русский, американец и китаец // <http://www.oborot.ru/news/10127/23>

¹¹ HP рассказала о секретах розничной торговли // <http://www.oborot.ru/news/10154/23>



реализации своих товаров. Чаще всего используются такие методы, как продажи в магазинах, интернет-торговля и мобильные приложения. Согласно данным исследования НР, практически все 50 попавших в выборку ритейлеров (98%) имеют розничные магазины, при этом веб-сайты есть только у 86%. 34% ритейлеров продолжают отмирающую практику рассылки каталогов по почте, а 28% уже разработали мобильные коммерческие приложения.

«Впечатление от торгового зала магазина имеет большое значение при принятии окончательного решения о покупке. И в интересах ритейлеров объединить лучшие условия в магазине, а также возможности для онлайн- и мобильных покупок. Многие компании понимают, что интеграция всех этих элементов будет стимулировать клиентов знакомиться с продуктами, узнавать больше о них, а затем возвращаться и покупать», - подводит итоги К. Эльбаз.

1. Одним из важнейших направлений развития современной экономики, получившим активное развитие во второй половине XX века, стала интернационализация деловых операций, интеграция национальных экономических комплексов в транснациональные кластеры. Это привело к расширению сферы рыночного хозяйства, вовлечению в него многих стран, находившихся ранее на периферии мирового хозяйства. Развитию экономической интеграции различных государств в значительной степени способствовало возникновение нового феномена – «новой экономики», группы отраслей, объединяющих производство новейших видов наукоемких товаров (компьютеров, телекоммуникационного оборудования, приборов, электронных компонентов и т.п.), включая и так называемые «неосязаемые продукты» (средства программного обеспечения).

2. Технической основой «новой экономики» стало создание и использование во всемирном масштабе телекоммуникационных сетей, включающая мощные транспортные сети связи и распределенные сети доступа, предоставляющие информацию пользователям в различные части мира со скоростью света, в результате чего появилась возможность формирования Глобального информационного общества.

3. Особую роль в развитии современной экономики сыграло возникновение и развитие всемирной сети Интернет. Появление новой интерактивной среды общения привело к изменению принципов ведения бизнеса. Облегчая доступ к базам данных, современные информационные технологии позволяют рынкам работать более эффективно, снижая при этом сопутствующие издержки и, позволяя более рационально распределять имеющиеся ресурсы. Возможность использования сети Интернет ведет к изменению схем продажи товаров. Фирмы-изготовители начинают напрямую предлагать товар конечным покупателям, минуя сети дистрибьюторов и дилеров, ускоряя экономическую интеграцию стран и регионов. Наличие сети Интернет снимает необходимость создания дорогостоящей сбытовой сети,

что представляло весьма существенный барьер для выхода на рынок для малых и средних компаний.

В результате меняется и модель конкуренции - соперничество в сети Интернет приближается по формам к модели совершенной конкуренции. Небольшие фирмы, способные генерировать инновации, могут на равных предлагать свой товар на рынке, усиливается экономическая интеграция малых, средних и крупных предприятий.

БИБЛИОГРАФИЯ:

Благовещенский А. Покупки онлайн. В Интернете можно купить, не вставая с кресла, практически все // <http://www.rg.ru/2011/03/10/internet-shop.html> // “Российская газета” - Неделя №5426 (50) // 10.03.2011

В интернете насчитывается 273,3 млн сайтов – Netcraft// <http://www.cybersecurity.ru/net/112506.html>

Вклад интернета в мировую экономику (отчёт McKinsey)// <http://habrahabr.ru/blogs/internet/120073/>

Вклад интернет-экономики в ВВП России составил всего 1,6%// <http://www.cybersecurity.ru/net/123183.html?page=all> // 19.05.2011

Количество сайтов в Сети превысило 233,8 млн// <http://www.cybersecurity.ru/net/84668.html> // 25.12.2009

Где «ловить» клиентов? В поисковиках и соцмедиа// <http://www.oborot.ru/news/9724/23>

Онищенко И. «Интернет» в современной экономике/ И. Онищенко // Мировая экономика и международные отношения - 1997. - № 9 - сс. 130-140.

Практика глобализации: игры и правила новой эпохи. Институт проблем глобализации (ИПРОГ) Под редакцией директора ИПРОГа д.э.н. М.Г. Делягина. - М.: ИНФРА-М, 2000, сс. 133-134.

Предприятия все активнее применяют социальные сети для общения с клиентами // <http://www.cybersecurity.ru/crypto/116308.html>

Проблемы и перспективы взаиморазвития Интернета и международного маркетинга // <http://www.4p.ru/main/theory/2958/31.10.2001>

Развитие Интернета: от урезанного dial-up до свободного WiFi <http://habrahabr.ru/blogs/internet/123998/>

Собрались однажды русский, американец и китаец// <http://www.oborot.ru/news/10127/23>

Cisco натравила иностранных ритейлеров на российский рынок // <http://www.oborot.ru/news/10169/23>

Day G.S. Shakeouts in Digital Markets: Lessons from B2B Exchanges./ G.S. Day, A.J.Fein, G. Ruppertsberger. Wharton Business School. 2002. / <http://www.knowledge.wharton.upenn.edu/PDFs/1075.pdf> - November – P.21.

Ebay покупает за 200 млн долларов немецкий шоппинг-проект Brands4Friends// <http://www.cybersecurity.ru/net/111170.html> // 20.12.2010

HP рассказала о секретах розничной торговли // <http://www.oborot.ru/news/10154/23>

